

信贷拓客及营销

课程背景：

信贷客户经理应主动开展信贷业务营销，关注了解客户需求，向客户介绍我行信贷政策、信贷产品及相关条件和要求等，根据客户条件和需求为客户选择和推介适合的或个性化的信贷业务产品。目前，客户经理的大部分工作都放在资料征集上面，基本没有时间进行客户的拓展和营销，长此以往，必将会“坐吃山空”。

客户经理要想做好营销工作，前提是手中必须要有客户，就像战士上战场打仗手中必须要有枪一样，那客户从哪里来？陌生式拜访属于最基本的方法，适用于手中客户资源较少的客户经理或亟需拓展更多客户的营销人员，属于最艰难的开拓，但又是最有效的手段，陌生拜访法的运用要点：认真做好陌生拜访前的准备，虽然是陌生式拜访，仍应准备好银行的资料，让客户感觉我们是有备而来。陌生式营销要注意分寸，不可一见面就直接提出合作要求，应首先拉近与客户的关系，通过交谈，让客户了解客户经理，接受客户经理。

现在，各家行都在针对信贷业务现状，结合顾问式营销方法，从寻找目标客户、筛选客户、了解客户需求、提供解决方案等环节展开客户营销工作。

课程收益：

- 针对信贷客户经理常见的营销误区，多视角出发让客户经理有正确的营销认知；
- 课程紧扣银行的行业特性，极具实操性，并给出专业的工具，设计有效的营销方案和技巧，提升客户经理的营销技能；
- 掌握顾问式的产品推介技巧，降低客户的被推销感知，有效引导顾客的需求，注重产品的有效呈现，掌握一套科学有效的拓客与营销流程；
- 掌握后续跟进技巧，强化客户良性感知，进而进行深度营销并让客户愿意转介绍，提升我行信贷业务营销成效。

课程时间：2天，6小时/天

课程对象：信贷客户经理、综合客户经理、小微企业/普惠金融营销人员

课程方式：讲授、案例研讨、现场演练、实战训练、复盘总结、现场通关等

课程大纲

第一章：认知

第一讲：主动营销工作价值认知

一、金融环境竞争加剧

1. 银行的竞争

案例分析：城市主干道招牌最多的是金融机构、类金融机构

2. 银行与客户关系的变化

案例分析：银行人真是弱势群体吗？

3. 银行业竞争的源头

讨论：思维导图-我们都在竞争什么？

4. 争取优质客户的重要手段

案例：客户经理自嘲：“村村都有丈母娘”

二、主动营销给自身带来的价值

1. 自身晋升通道的变化

案例：建设银行某行长坚定落实；客户经理要能上能下

2. 角色转换

- 1) 以往的坐等客户→现在的主动营销
- 2) 打破舒适圈

3. 个人生涯发展规划

- 1) 我在哪??——建立个人生涯资产负债
- 2) 我想去哪?——生涯目标设定
- 3) 我怎么去?——解析内、外职业生涯的密码
- 4) 主动营销对客户经理的价值体现

小组讨论：客户经理的发展路径及内外动力

第二讲：信贷外拓营销理念认知

一、外拓营销的层次

- 第一层：业务型
- 第二层：推销型
- 第三层：营销型
- 第四层：经营型

案例分析：邮储银行 Z 分行最年轻的支行负责人

二、销售思维的转变

1. 产品化思维：站在银行角度的销售
2. 客户化思维：站在客户角度的销售

案例分析：看看卖西服的导购怎么做

三、客户化的思维能力

1. 客观条件
2. 质疑能力
3. 广阔视野

案例分析：工商银行 Z 经理是如何整合信息资源的

第二章：信贷外拓营销四大步骤

步骤一：目标客户群体调研与分析

一、调研目的

二、调研内容

1. 行业总体经营状况
2. 生产经营模式
3. 产业链及盈利模式
4. 风险特征
5. 发展态势与瓶颈
6. 行业的资金
7. 经营运作特点
8. 融资偏好（额度、速度、便利度、期限、价格等）
9. 上下游企业情况和结算方式
10. 金融同业竞争状况等

三、不同类型目标客户群分析（根据不同地域支行情况确定）

1. 珠宝行业
2. 茶叶行业

3. 电子行业

.....

四、调研方式

1. 企查查 等 APP
2. 行业及企业网站、行业刊物
3. 行业协会
4. 走访商户

步骤二：客户拜访准备

一、拜访计划的三步骤

二、客户信息收集与分析

1. 企业相关信息
2. 相关人员信息：老板、管理层、员工

工具使用：《客户信息搜集表》

三、客户的综合需求分析

1. 客户综合需求诊断 TNB 法则

2. 客户对公六大需求诊断技巧

- 1) 采购端需求分析
- 2) 生产端需求分析
- 3) 销售端需求分析
- 4) 融资需求分析
- 5) 资金管理需求分析
- 6) 理财需求分析

3. 客户个人四大需求引导技巧

- 1) 资产保值增值
- 2) 帐户管理
- 3) 高额消费
- 4) 家庭保障

课堂练习与演练

步骤三：客户拜访

1. 常见客户拜访问题——重产品营销，轻专业服务和需求挖掘

2. 首次拜访的步骤

- 1) 见面破冰
- 2) 服务回访切入

练习：话术拟定

现场演练

步骤四：需求引导式营销面谈技巧

一、探寻需求

1. 猜 V. S 问
2. 提问类型

二、需求引导式面谈提问逻辑

1. 背景式提问——了解情况，发现问题
2. 问题式提问——探究问题，找到原因
3. 影响式提问——分析影响，确立决心

4. 确认式提问——确认需求，描绘愿景

三、背景式提问：关于客户的业务

1. 行业趋势
2. 客户的客户
3. 业务方向
4. 业务流程
5. 组织规模
6. 既有业务状况

四、问题式提问：客户对以下方面的看法

1. 困难
2. 不满意
3. 忧虑
4. 希望更好

五、影响式提问：关于客户问题的严重性

1. 扩展问题
2. 延伸问题
3. 量化问题

六、确认式提问：关于客户办理设想与价值

1. 提问的四原则
2. 有效倾听技巧

案例演练：需求引导式面谈技巧

第三章：客户关系经营技巧与客户推荐

第一讲：客户关系经营六大原则技巧

1. 原则：超出客户的期望值
2. 客户信息收集与整理
3. 客户信息分析
4. 令客户满意的售后服务
5. 让客户感动的“非销”
6. 使客户依赖的“增值”

案例分析：老行长退休整理感言：“破旧的笔记本是我最珍贵的资源”

第二讲：客户推荐技巧

1. 客户推荐的重要性
2. 客户推荐的基础
3. 要求客户推荐时机、技巧与话术

案例分析：公司部老总说：你们看到我的办公室，为什么那么多新客户来？

课程结尾：导入行动学习理念

通过解决实际存在的难题实现学习与发展。在催化师的引导下，通过质疑与反思，达成个人和组织知识、行为和心智模式的根本转变。

实现“做中学(Learning By Doing)”的教育理论，重点关注五个要素：

- 1) 设置疑难情景
- 2) 确定疑难问题在什么地方
- 3) 提出解决问题的种种假设
- 4) 对这些假设进行推论

5) 验证或修正假设